

DIFERENCIAS EN EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE LAS PYMES COLOMBIANAS

Alexander Correa*
Santiago Andrés Roa Ortiz*

Resumen

Este estudio explora si existen diferencias en las actividades realizadas (tales como innovación, esfuerzos internacionales en la gestión del negocio y obstáculos para exportar) para una muestra de exportadores permanentes y esporádicos durante el periodo 2006-2011 y, si de algún modo, esas actividades permiten explicar el desempeño exportador de dichas empresas. Los resultados sugieren que: i) no hay diferencias significativas en las actividades realizadas por tipos de exportadores; ii) los exportadores permanentes manejan de mejor forma, que los esporádicos, los obstáculos para exportar y, iii) los instrumentos de promoción existentes en el mercado no parecen desempeñar un papel importante en explicar el desempeño exportador.

Abstract

This paper examines, for the period 2006-2011, whether or not there exist differences between activities, such as innovation, international business management, and barriers to export, carried out by a sample of small and medium size firms, which are classified as permanent or sporadic exporters. We

also explore whether or not such activities are relevant in determining not only the export status but also the export performance of both kinds of firms. The main results show that i) innovation and international business management are statistically significant in determining the export status; ii) permanent exporters tackle in a better way the barriers to export and; iii) the statistic evidence seems to support the idea that, at least for this sample of firms, instruments provided by the government to promote exports do not play a significant role in export performance in any kind of firm.

Palabras clave

Exportaciones, Exportadores Es-
porádicos y Permanentes, Innovación, Apre-
ndizaje a través de actividad exportadora.

Keywords

Exports, Sporadic and Permanent
Exporters, Innovation, Learning by Exporting.

JEL: F10, F14, F20, O31.

*Economista, Magíster en Economía. Profesor de Cátedra Universidad Sergio Arboleda, correa.alexander@gmail.com

*Economista y Administrador de Empresas, Magíster en Economía y Candidato a Magíster en Ciencia Política. Investigador y docente universitario de la Universidad Antonio Nariño y la Universidad Sergio Arboleda, santiagoroaortiz@gmail.com

Este trabajo es producto del proyecto de Investigación "Determinantes del éxito exportador" adelantado por sus autores. Fecha de recepción 16 de febrero de 2012, fecha de aprobación, 8 de mayo de 2012.

Introducción

Tradicionalmente las Pequeñas y Medianas Empresas –PYMES– enfrentan varias desventajas para competir en los mercados internacionales, ya que por su tamaño, les es más difícil aprovechar las ventajas provenientes de la especialización, las economías a escala y acceder a recursos financieros (Wagner (2001) y Bernard & Jensen (1999)). Por otro lado, Roberts & Tybout (1997) encuentran que la existencia de costos hundidos en los mercados internacionales hace que las PYMES se enfrentan a grandes limitaciones convertirse en exportadoras exitosas. Sin embargo, en el mercado se encuentra un grupo de estas empresas que sí lo son cuando compiten en los mercados internacionales. A pesar de esto, no existen suficientes estudios, por lo menos en Colombia, que analicen ¿cuál y por qué se da el éxito de este grupo de empresas?

Frente a esto, Álvarez (2003) encuentra que entre las características que influyen positivamente en la continuidad exportadora de una empresa se encuentran: la productividad de la empresa, la participación de capitales extranjeros, la calidad de la mano de obra y la utilización de instrumentos públicos de promoción de exportaciones.

Este estudio realizado a través de un trabajo de campo, permitió reunir información estadística sobre algunas características de las PYMES en Colombia, tales como la innovación tecnológica, la gestión e inteligencia internacional de negocios, los obstáculos para exportar, el acceso a recursos financieros y la utilización de instrumentos públicos de promoción de exportaciones, entre otros. En este trabajo se exploran y analizan algunas de las diferencias claves del desempeño exportador de las PYMES. De esta forma, se busca establecer si existen diferencias significativas entre PYMES exportadoras que permitan explicar por qué algunas de ellas son más exitosas que otras.

Los resultados no sugieren diferencias significativas, a nivel estadístico, entre las actividades emprendidas entre los exportadores esporádicos y los permanentes, aunque se destaca el hecho que estos

últimos realizan de forma más intensiva una apropiación tecnológica, en particular, en lo referente a compra de maquinaria especializada. De igual forma, se destaca el hecho de que estos perciben el acceso a recursos para financiar capital de trabajo o falta de información en los mercados externos como dificultades sorteables fácilmente y no como obstáculos para su consolidación en los mercados internacionales.

Este documento se encuentra dividido en tres partes, en la primera se desarrolla el marco teórico junto con la metodología a utilizar; en la segunda se analizan los resultados, para finalmente plantear las conclusiones.

I. Hipótesis

- La permanencia exportadora se sustenta en importantes competencias tecno-productivas que se reflejan en:
 - Innovaciones de productos, procesos, gestión organizativa.
 - Influencia de variables de tipo interno y externo a la empresa.
 - Acceso a recursos financieros para financiar exportaciones.
- La permanencia exportadora se basa en importantes competencias comerciales que se reflejan en:
 - Información sobre mercados internacionales, capacidad de negociación con clientes externos,
 - Desarrollo de programas públicos que permiten a la empresa entrar y consolidarse en los mercados externos.
- Los exportadores permanentes muestran características diferentes que los exportadores esporádicos.
- Empresas en sectores con ventajas comparativas o que aprovechan las economías a escala, tendrán menores costos y un mejor desempeño en los mercados internacionales.
- El mercado a donde se dirigen las exportaciones de la empresa es un determinante de permanencia exportadora de la misma, debido a exigencias en calidad que presentan algunos mercados.

II. Marco Teórico

Siguiendo a Bernard y Jensen (2001), se plantea un marco teórico de fundamento microeconómico que sirva de base a la estrategia empírica a seguir en esta investigación.

Considerando una empresa maximizadora de beneficios que elige un cierto nivel q^* de exportaciones tal que:

$$(1) \quad q^* \in \text{Arg max } \Pi_{it}(X_t, Z_{it}) = p_t q_{it} - c_{it}(X_t, Z_{it} / q_{it}) \}$$

Donde P es el precio internacional, C es el costo de producción variable del bien exportado, X son factores exógenos que influyen en la decisión de exportar de la empresa entre los que se encuentran el tipo de cambio y la tasa arancelaria en los países donde se exporta el bien, y Z denota factores específicos de la empresa que afectan los costos de producción, tales como productividad, tamaño, estructura de propiedad y capital humano.

Las empresas permanecerán exportando si los beneficios esperados son positivos. Por lo tanto, el estatus exportador está dado por Y_{it} tal que:

$$(2) \quad \begin{aligned} Y_{it} &= 1 \text{ si } \Pi_{it}(x_t, z_{it}) \geq 0 \\ Y_{it} &= 0 \text{ si } \Pi_{it}(x_t, z_{it}) < 0 \end{aligned}$$

Las ecuaciones (1) y (2) describen un modelo básicamente estático. Las empresas deciden cuánto exportar en cada periodo independientemente de si ellas han exportado antes, y del efecto que exportar hoy pueda tener sobre los beneficios futuros. Sin embargo, es claro que el problema de las empresas es dinámico en naturaleza, dado que la decisión de exportar en un año t puede ser determinada por el estatus exportador previo ($t-1, t-2, \dots, t-j$), u otras condiciones. Adicionalmente, las exportaciones de hoy pueden afectar los beneficios esperados, por

ejemplo, la absorción tecnológica de clientes foráneos podría reducir costos haciendo las exportaciones más rentables.

La aproximación dinámica ha sido motivada principalmente por dos factores. En primer lugar, la presencia de efectos “learning by exporting” sugiere que los costos de producción pueden ser afectados por la producción previa dirigida a los mercados internacionales. Esos efectos de aprendizaje pueden tener su origen en la transferencia tecnológica de los clientes extranjeros o simplemente por economías de escala. El segundo factor se refiere a la existencia de costos de entrada, estos implican un costo hundido que une la decisión de la empresa a través del tiempo. Esos costos de entrada están relacionados con la penetración a mercados internacionales, costos de desarrollar nuevas técnicas de mercadeo, costos de información acerca de las condiciones de demanda externa, y costos de establecer nuevos sistemas de distribución.

En este contexto dinámico, los beneficios pueden ser expresados como:

$$(3) \quad \Pi_{it}(x_t, z_{it}, q_{it-1}, \dots, q_{it-j}) = p_t q_{it} - c_{it}(x_t, z_{it}, q_{it-1}, \dots, q_{it-j} / q_{it}) - N(1 - Y_{it-1})$$

En (3), N representa la magnitud de los costos hundidos, en los cuales no incurre la empresa que haya exportado previamente ($Y_{it-1} = 1$), de igual modo, en esta ecuación queda expresado que las exportaciones en t son una función de las exportaciones pasadas.

De esta forma, una empresa elige una secuencia óptima de exportación

$\{q_{it}^*\}_{t=1, \dots, \infty}$ que maximice el valor presente de los beneficios esperados, el cual está dado por:

$$(4) \quad \Pi_t = E_t \left(\sum \delta^{t-t'} \Pi_{it'} \right)$$

Las ecuaciones (1) a (4) permiten inferir que ésta secuencia óptima de participación en los mercados internacionales, está determinada por los costos de exportación (que dependen de las características de la

empresa y de los shocks exógenos), la magnitud de los costos hundidos y el grado en el cual las empresas pueden crear una ventaja en los mercados internacionales que les permita reducir costos o mejorar sus tecnologías.

Roper & Love (2001) encuentran diferencias importantes entre grupos de empresas en términos de sus fuentes de nueva tecnología y en particular en el efecto del gasto en investigación y desarrollo sobre la propensión a exportar en Irlanda. Álvarez y Robertson (2003) resaltan que, para muchas empresas ubicadas en Chile y México, la exposición a los mercados internacionales esta positivamente relacionada con muchos tipos de tecnología. De hecho, sus resultados sugieren que las ganancias en innovación tecnológica fueron más altas en México durante los primeros años de la liberalización comercial.

El impacto de instrumentos públicos sobre el desempeño exportador ha sido analizado por Milesi, Yoguel y Koenig (2001) quienes no encuentran evidencia para soportar la hipótesis de que el aprovechamiento del sistema de promoción pública en Argentina sea un determinante para explicar el éxito exportador de ciertas empresas. Este hallazgo coincide con los hallazgos de Bernard y Jensen (2001), quienes resaltan que para la muestra de empresas de su estudio los programas gubernamentales de promoción de exportaciones de Estados Unidos no tuvieron efectos notables sobre el comportamiento exportador. Por el contrario, Spence (2003) encuentra que misiones comerciales realizadas en el Reino Unido han contribuido en el incremento de las ventas en los mercados externos.

Matsuno et al (2003) sugieren que empresas que exportan a países desarrollados deben innovar constantemente en cada aspecto de su operación para poder competir y sobrevivir en mercados altamente exigentes. Hecho que confirman Álvarez y Robertson (2004), quienes a través del desarrollo de un modelo teórico demuestran que el destino hacia donde se dirijan las exportaciones importa en la consolidación de una oferta exportadora permanente, específicamente sus resultados sugieren que empresas que exportan a mercados desa-

rollados tienen mayor probabilidad de permanecer exportando debido a la intensidad innovadora que tienen que realizar (especialmente en productos, y reorganización) para poder cumplir con las exigencias del mercado a donde exportan.

III. Metodología y Bases de Datos

La información utilizada en este estudio fue obtenida a partir de una encuesta diseñada especialmente para este fin y desarrollada durante los meses de julio a septiembre del año 2011. La muestra fue obtenida a partir de la base de datos de PYMEs exportadoras de PROEXPORT y corresponde a 64 PYMEs, de las cuales 28 son exportadores esporádicos y 36 permanentes.

En el marco teórico, se pudo apreciar que una empresa elige una secuencia óptima de producción, $[q_{it}^*]_{s=t, \dots, \infty}$, de tal forma

que maximizara el valor presente de sus beneficios esperados. Sin embargo, esta variable es difícil de observar en la práctica, pero si es observable el hecho que si una empresa elige una secuencia de este tipo, es porque los beneficios esperados asociados con esta secuencia son más altos que los beneficios esperados que se obtendrían con otras secuencias. En otras palabras, una empresa permanece exportando porque esta es una estrategia maximizadora.

Como el objetivo de este estudio es analizar las fuentes del éxito exportador, distinguiendo entre exportadores permanentes y esporádicos, se estima un modelo Probit que permita analizar los determinantes para secuencias alternativas que corresponden a dos diferentes estatus de exportación.

Denotando cada status exportador por $k \in K = \{0,1\}$, se tiene que:

0 = Exportador $\Leftrightarrow q_{it}^* = 0$ Esporádico para algún t
 1 = Exportador Permanente $\Leftrightarrow q_{it}^* > 0$ para todo t

De esta forma, una empresa escoge un estatus k , tal que $\pi_{ik} > \pi_{ij}$ para $j \neq k$.

Asumiendo que $\Pi_{ik} = \alpha'_k X_i + v_{ik}$ le X incluye factores específicos a la empresa (z) y factores exógenos (x), y v es un término de error el cual sigue una distribución normal, la probabilidad de elegir un estatus k estará dada por:

$$\Pr(Y = 1) = \gamma(\alpha' X_i) + v_i \quad (5)$$

Estudios empíricos como el de Bernard & Jensen (1999) y Roberts & Tybout (1997), han utilizado metodologías similares a la que se utilizará en este estudio, concluyendo que la probabilidad de exportar está positivamente influenciada por factores específicos de las empresas tales como: edad, productividad, calificación trabajadores, innovación tecnológica, entre otros. En este estudio, a diferencia de los mencionados anteriormente, se analizan los factores que determinan la probabilidad de exportar, distinguiendo entre exportadores permanentes y exportadores esporádicos.

Antes de analizar los determinantes del estatus exportador, es necesario explorar la existencia de diferencias en las actividades emprendidas por los dos tipos de exportadores, permanentes o esporádicos, ya que las actividades analizadas incluyen: (a) innovación tecnológica, (b) gestión internacional del negocio, y (c) percepciones del gerente acerca de los obstáculos para exportar.

Estadísticamente se medirán las diferencias existentes a través de la siguiente ecuación:

(6)

$$Int_i = \alpha + \xi Sta_i + \gamma Sta_i * Sec_i + h Sta_i * Merc_i + \mu_i$$

En esta ecuación Int mide la intensidad de la característica analizada. Para medir esta "intensidad" se fija una escala donde, por ejemplo, si la empresa desarrolla la característica analizada sin ninguna intensidad la variable toma el valor de 0, si es baja toma el valor de 1, si es moderadamente baja toma el valor de 2, moderadamente alta 3, y alta 4. Sta es una variable que mide el estatus exportador de la PYME (esta variable toma el valor de 1 si la empresa ha exportado de manera permanente durante el periodo estudiado

y 0 si lo ha hecho únicamente durante algunos años de ese periodo). Por otro lado, y teniendo en cuenta que las características de las PYMES pueden depender del sector al que pertenecen, se agrega la variable Sec (1 si la empresa pertenece a un sector con ventaja comparativa 0 de otro modo) que permita controlar esta situación, por último, la variable $Merc$ (que toma el valor de 1 si el principal mercado a donde se dirigen las exportaciones de la empresa es un mercado desarrollado y 0 si el principal mercado es uno en desarrollo) se incluye para controlar diferencias que puedan provenir del mercado a donde se dirigen las exportaciones.

Puesto que la variable dependiente es discreta y ordenada, la ecuación se estima usando un modelo logit ordenado. Todas las pruebas econométricas se realizaron utilizando el software STATA 12.

IV. Diferencias en las Actividades Emprendidas por las Empresas.

En esta sección se analiza el impacto de tres factores que pueden explicar, al menos de forma parcial, las razones para la permanencia de algunas empresas en los mercados internacionales tales como la innovación tecnológica, actividades emprendidas en el ámbito de la gestión internacional y obstáculos enfrentados por los empresarios exportadores.

A. Innovación Tecnológica

El Manual de Oslo (2005), define la innovación desde teorías Schumpeterianas hasta las de mercadotecnia, pasando por las evolucionistas y de la organización industrial, y generalmente se considera la innovación como el resultado de acciones que propician el desarrollo, la producción y la comercialización de nuevos y mejores productos y servicios. De igual forma, la innovación puede incluir reorganización, asimilación y mejora de procesos productivos y de servicios, todo esto, afectando la productividad de la empresa. De un modo más particular, diversos estudios sugieren que la productividad aumenta

a medida que aumenta la exposición de la empresa en los mercados internacionales; Gereffi (1999) muestra como empresas que son exportadoras demandan más tecnología, Bernard y Jensen (1997) encuentran que empresas exportadoras son más productivas en Estados Unidos, Iscan (1997) encuentra una relación positiva entre liberalización comercial y crecimiento de la productividad en México, por otro lado, Bernard y Jensen (1999) encuentran que por lo general las empresas productivas son buenas exportadoras, pero exportar solo lleva a cambios modestos en productividad.

Este estudio explora diferencias en la intensidad innovadora a través de cuatro aspectos: productos, procesos, gestión organizacional y gestión internacional y que se pueden apreciar en la tabla 1. Los resultados sugieren que no existen diferencias significativas por status en ningún tipo de innovación, aunque los exportadores permanentes realizan más apropiación tecnológica, compra de maquinaria especializada, de manera más intensiva que los exportadores esporádicos. Por otro lado, se puede apreciar que existen diferencias significativas en innovación de producto que dependen de que la empresa esté o no en un sector con ventaja competitiva. En todos los casos, se rechaza la hipótesis de que las diferencias en el comportamiento dependan del mercado a donde se dirijan las exportaciones de la empresa. De cierta forma, se puede percibir que la oportunidad de exportar induce a las empresas a mejorar sus tecnologías, y consecuentemente aumentar la demanda de trabajadores calificados.

B. Esfuerzos en la Gestión Internacional

La gestión internacional abarca todas las técnicas y herramientas del comercio internacional y de la gestión de empresas que tienen, o enfrentan, las empresas a la hora de realizar una actividad comercial internacional. En la tabla 2, se muestran los resultados de las acciones emprendidas por las empresas en este ámbito. Estos sugieren que las empresas exportadoras permanentes realizan mayores esfuerzos en todas sus actividades a nivel de gestión internacional (signo positivo en la variable diferencia por status), aunque

se debe probar el hecho de que sean más activos (estadísticamente significativo) en la mejora de sus redes de distribución externa.

En la muestra de empresas analizadas, no se encuentra que los exportadores permanentes, que lo hacen a mercados desarrollados, realicen de forma más intensiva actividades de innovación o que enfrenten menos dificultades para competir en los mercados internacionales que los esporádicos. Sin embargo, como lo muestran Álvarez & Robertson (2004), las empresas que dirigen sus exportaciones a mercados desarrollados son más propensas a mejorar sus procesos de innovación debido a los altos requerimientos tecnológicos del mercado de destino, lo que eventualmente lleva a que la empresa se consolide como exportadora.

C. Percepciones acerca de los obstáculos para exportar

Una percepción potencial para explicar el desempeño exportador, podría ser que los exportadores esporádicos enfrentan mayores dificultades en su trabajo exportador. Por ejemplo, la falta de conocimiento de mercados hacia dónde dirigir las exportaciones, puede implicar que después de un tiempo de estar exportando, la empresa deje de hacerlo debido a saturaciones del mercado, de igual forma, la carencia de recurso humano capacitado en el ámbito internacional puede implicar pérdida de competitividad, por último pueden existir empresas que hayan logrado exportar pero la falta de financiamiento para consolidar una oferta exportadora permanente puede obligarlas a salir de los mercados internacionales. Los obstáculos estudiados se han dividido en tres tipos: internos a la empresa, internos al país y externos. En teoría se espera que los exportadores permanentes asignen una menor importancia a los diferentes obstáculos (es decir que el signo de los parámetros sea negativo).

Con respecto a los obstáculos internos de la empresa, apreciados en la tabla 3, los resultados muestran que en general los exportadores esporádicos le asignan una mayor importancia a este tipo de dificultades. En especial, resultan significativos obstáculos

tales como la escasez de fondos para financiar capital de trabajo, escasez de información sobre demanda externa, baja escala de producción, y escasez de fondos para promocionar bienes en el exterior. Resulta destacable que exportadores permanentes ubicados en sectores con ventaja competitiva y que dirigen sus exportaciones a mercados desarrollados presentan menos obstáculos en información sobre demanda externa y mercados externos.

Entretanto, los obstáculos internos al país, indicados en la tabla 4, y contrario a lo esperado, no se observan diferencias significativas en relación al comportamiento de la tasa de cambio. Por otro lado, se observan diferencias significativas en como los exportadores esporádicos ven como un obstáculo mayor para exportar, el bajo acceso al crédito y la poca asociatividad entre productores locales. Pese a que no se pueden tomar los resultados de este trabajo como concluyentes, se podría pensar que, de acuerdo a lo planteado en secciones anteriores, empresas que logran consolidarse a nivel interno pueden hacer un mejor trabajo a nivel externo, es decir, que empresas productivas son mejores exportadores. Por ejemplo, en el caso de los instrumentos para promover la productividad o las exportaciones, el problema puede ser, que pese a que existen los instrumentos y los empresarios cuentan con la información, estos no saben utilizarla y obtener ventajas, lo que eventualmente llevaría a pérdidas de competitividad. Otro obstáculo, es la falta de acceso a créditos, ya que los empresarios que no pueden exportar de manera permanente, pueden ser sujetos a algún tipo de restricción crediticia por parte de los bancos debido a la incertidumbre en su negocio.

La escasa disponibilidad de recursos e instrumentos financieros que se ajusten a las necesidades de las PYMES, implica que estas empresas se vuelvan dependientes de sus propios recursos y de los de sus proveedores, ya sea para financiar capital de trabajo o para financiar capital de inversión. Este problema impacta, en mayor escala, a los nuevos proyectos empresariales donde el riesgo suele ser más alto. Debido a los obstáculos financieros las empresas terminan produciendo

en escalas inferiores a las óptimas e innovando menos. Este problema, de acceso a crédito, no es un asunto que atañe únicamente al gobierno o a las entidades financieras. Las PYMES pueden realizar una gran cantidad de actividades que les permitan ser sujetos atractivos de crédito, por ejemplo, mayores y mejores prácticas de transparencia contable, mejor gestión financiera, desarrollo de más habilidades en la presentación de sus proyectos de inversión, entre otras.

Como se aprecia en la tabla 5, con respecto a los obstáculos externos, resultan ser significativas las diferencias en obstáculos tales como: competencia desleal, dificultades con clientes externos y competencia con productos de alta calidad. Nuevamente el problema de consolidación de ciertas empresas puede estar relacionado con un problema más de productividad e innovación que de oportunidades. Por ejemplo, autores como Barrios et al (2003), Lefebvre et al (1998) y Wakelin (1998) muestran que la empresas que innovan son más susceptibles a aumentar su intensidad exportadora.

Para estos autores, la innovación representa un mejor modo de capturar la diferenciación de productos. Bleaney y Wakelin (2002) encuentran que para ciertas empresas su capacidad de innovar es un aspecto definitivo en su desempeño exportador; de igual forma concluyen que esas empresas compiten en un entorno donde la diferenciación de productos es la falta de capacidades negociación de ciertos empresarios, puede depicar dificultades que los desaniman para importar permanentemente. Por último, obstáculos relacionados con barreras comerciales no son significativos (estadísticamente), resultado lógico puesto que por lo general este tipo de barreras se dirigen a sectores particulares y no a empresas individuales.

V. Status Exportador

En este, apartado, siguiendo la metodología de Álvarez, se entenderá como exportador exitoso aquél que logra per-

manecer exportando, y se analizara el papel que tienen factores como; la innovación tecnológica, esfuerzos realizados en el campo de la gestión internacional del negocio, la utilización de instrumentos públicos y el mercado hacia donde se dirigen las exportaciones; en el desempeño entre exportadores permanentes y exportadores esporádicos.

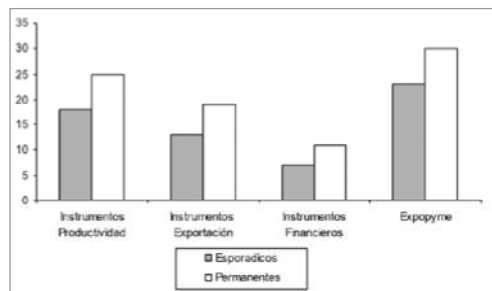
Ahora, se examinará si los factores analizados anteriormente permiten explicar las diferencias en el status exportador de una empresa. Para este fin, se define la variable dependiente como STATUS, la cual toma el valor de 1 si la empresa ha sido un exportador permanente durante el periodo analizado y 0 si ha sido un exportador esporádico. Como variables independientes se utilizan los promedios de las variables: innovación en producto (Inn-Prod), innovación en procesos (Inn-Proc), innovación organizacional (Inn-Org), y esfuerzos realizados en la gestión internacional del negocio (ESFUERZOS). De igual modo, se incluyen variables dummy para controlar la participación de la empresa en: programas públicos para

promover la productividad (Inst-Prod), programas públicos para promoción de exportaciones (Inst-Exp), utilización de instrumentos financieros (Inst-Fin), y la participación del programa EXPOPYME (EXPOPYME). Por último se incluye una variable dummy, SECTOR, que toma el valor de 1 si la empresa produce en un sector con ventaja competitiva y 0 de otro modo. La estimación econométrica fue realizada utilizando la ecuación.

Varios autores han utilizado la misma estrategia econométrica utilizada en este estudio. Por ejemplo, autores como Bernard y Jensen (1999), Roper y Love (2001), y más recientemente Álvarez (2003), han analizado los factores que permiten explicar las diferencias en el desempeño exportador de una empresa. Entre los hallazgos de esos estudios se encuentra que la probabilidad de exportar por una empresa esta positivamente afectada por características propias a la empresa. En esos estudios, el éxito exportador es definido como la capacidad de la empresa de poder entrar a los mercados internacionales.

FIGURA I

Utilización de Instrumentos Públicos según tipo de PYMES.



Fuente: Datos propios

Los resultados de la estimación de la ecuación que se aprecian en la tabla 6, sugieren que entre las variables que parecen explicar las diferencias en el desempeño exportador; no se encuentran variables robustas, a excepción de los esfuerzos realizados en la gestión internacional del negocio, este resultado es acorde con la literatura actual

que afirma que un activo intangible, como puede ser un gerente con clara vocación internacional, resulta ser un factor clave no solo en la decisión de exportar sino en la permanencia exportadora.

Por otro lado, ningún tipo de innovación resulta ser significativa, inclusive a

nivel individual. Álvarez (2003) sugiere que este hecho podría estar explicado, porque tal vez, las percepciones de los empresarios no incorporan de manera correcta los efectos de la magnitud de la innovación o porque los mercados a donde se dirigen las exportaciones no requieren grandes esfuerzos innovativos.

Con respecto a los instrumentos de fomento productivo, exportador, instrumentos financieros y participación en el programa EXPOPYME, los resultados no sugieren que este tipo de instrumentos mejore el desempeño exportador de las empresas contenidas en la muestra analizada. Con respecto al programa EXPOPYME, se analizó el impacto de tres diferentes instrumentos sobre el desempeño exportador: (i) inteligencia de mercados (Intl-Merc), (ii) Ferias y misiones comerciales (Ferias y MC) y (iii) contactos comerciales (Cont-Ciales). Aunque los resultados no son significativos, la variable ferias y misiones comerciales mostró niveles de significancia cercanos al 10%, y de hecho el impacto cualitativo de esta variable es importante al aumentar la probabilidad de exportar entre 5% y 8%.

Estos resultados parecen sugerir, que existen limitaciones en los diferentes instrumentos disponibles para los empresarios en generar efectos permanentes sobre el desempeño exportador. Una posible explicación para este hecho, podría ser que estos instrumentos no están diseñados para mejorar las condiciones iniciales de las empresas, tales como productividad o recurso humano, las cuales parecen ser un requisito indispensable para consolidarse como exportador permanente.

Por otro lado, el acceso a esta clase de servicios puede estar condicionado por el dinamismo de la empresa al momento de utilizar el servicio (esto es particularmente cierto en solicitud de servicios de crédito), razón por la cual aquellos exportadores que no han conseguido consolidar una oferta exportable permanente pueden ver vistos como agentes con un riesgo relativo mayor a los que sí están consolidados y no ser beneficiarios de los servicios.

VI. Instrumentos de Fomento Exportador

En Colombia existen diferentes programas de fomento, los cuales tienen como objetivo primordial promover y mejorar la competitividad internacional de las empresas. En este estudio, se analizan los diferentes instrumentos agrupados en cuatro programas. En primer lugar están los programas de fomento dirigidos a promover la productividad de las PYMES productoras de bienes y servicios, aquí se encuentran los siguientes programas: comercialización, compras estatales, Minicadenas productivas, centros regionales de inversión, Programa PRODES,¹ desarrollo productivo, mejoramiento de calidad, incubación empresarial, productividad y competitividad, premio nacional de innovación y la red colombiana de subcontratación. El segundo grupo se refiere a programas para el fomento de las exportaciones, aquí se encuentran; incentivos tributarios, zonas francas, seguro de crédito a las exportaciones, sistemas especiales de importación y exportación, sociedades de comercialización internacional. El tercer grupo incluye instrumentos financieros entre los que se cuentan, el crédito de fomento a las exportaciones y el Fondo Nacional de Garantías. El cuarto y último grupo se refiere al programa EXPOPYME, el cual otorga a las PYMES apoyo integral dirigido a posicionar exitosamente sus productos en los mercados extranjeros a través de los siguientes instrumentos: asesoría financiera, inteligencia de mercados, ferias y misiones comerciales, apoyo en la comercialización, certificado de calidad, comunidad virtual de negocios, contactos comerciales, servicios logísticos de comercio internacional y asesoría en empaque y embalaje.

Dentro de los objetivos de este estudio, también se encuentra tratar de identificar qué tipo de instrumentos, según los empresarios, creen que contribuirían a mejorar el potencial exportador de su compañía. Para este fin, los empresarios calificaban de 0 (ninguna importancia) a 4 (alta importancia) las diferentes alternativas que se les

¹ Programa de Desarrollo Empresarial.

presentaba. Los resultados se aprecian en la tabla 7, y en ella se puede observar que los empresarios consideran óptimo que nuevos instrumentos se desarrollaran en las áreas de Inversión para promoción externa (85.9%), conocimiento y apertura de nuevos mercados (84.4%), información sobre potenciales clientes externos (67.2%) y capacitación de personal en los mercados internacionales (79.7%).

Cuando se mira el promedio en la calificación dada a cada instrumento, indicado en la tabla 8, se observa que los resultados son los mismos que la sección anterior. Esta evidencia, puede servir para el desarrollo o el fortalecimiento de instrumentos en las áreas que los empresarios consideran más relevantes para mejorar su desempeño exportador.

Un aspecto en el que debería trabajar los organismos encargados de los programas, es una mayor y mejor información sobre los instrumentos existentes y sus beneficios. Es notable que existen diferencias en la forma como los instrumentos son percibidos y comprendidos por diferentes tipos de exportadores, y de allí que, pese a que los instrumentos estén bien diseñados, su utilización por parte de los empresarios en ocasiones no logra resultados exitosos.

Es importante garantizar la igualdad de oportunidades y de acceso a las empresas potenciales usuarias de los servicios de los diferentes instrumentos existentes para el fomento productivo y exportador. La ejecución de los programas actuales debe incorporar mecanismos de difusión efectivos y el acceso a los diferentes servicios debe estar basado en procedimientos sencillos, que cumplan con los requerimientos de la administración pública pero que a ojos de los usuarios sean simples. Por esta razón, es importante fortalecer los nexos institucionales entre las diferentes organizaciones que prestan servicios a las PYMES, como por ejemplo: PROEXPORT, las Universidades y el Ministerio de industria, Comercio y Turismo, entre otras.

VII. Conclusiones

Este estudio se ha concentrado en analizar diferencias en el desempeño exportador de un grupo de empresas exportadoras colombianas. El objetivo principal de este trabajo, fue identificar y estudiar las principales diferencias que existen entre exportadores permanentes y esporádicos con el fin de permitir a los segundos aumentar su consolidación y permanencia como exportadores. En general, el estudio sugiere que los exportadores permanentes y esporádicos actúan de similar manera, se encontró que los exportadores permanentes presentan algunas diferencias significativas en las acciones que emprenden a diferentes niveles. Por ejemplo, los exportadores permanentes innovan de forma más intensiva en productos, empaque, diseño, compra de maquinaria especializada y mejorando la red de distribución externa. Sin embargo, la evidencia encontrada en este estudio no es suficiente para soportar la hipótesis de que alguna de las características analizadas ejerza alguna relación de causalidad en determinar el desempeño exportador de una empresa.

Con relación a los obstáculos enfrentados por los dos tipos de exportadores, el análisis muestra que los exportadores esporádicos tienen más dificultades en conseguir recursos para financiar capital de trabajo, información sobre demanda externa y recursos para promocionar sus bienes en el exterior. De igual forma, ven como obstáculos que afectan su desempeño exportador; la baja escala de producción, la competencia desleal, el bajo acceso al crédito, las dificultades con clientes externos y la competencia con productos de alta calidad, aunque es de resaltar que las restricciones comerciales no son vistas como obstáculos.

Con respecto a la utilización de instrumentos de fomento exportador, estos son utilizados en mayor medida por los exportadores permanentes. En especial se destacan actividades como ferias y misiones comerciales, inteligencia de mercados y apoyo en la comercialización.

Aunque esta evidencia no puede ser entendida como concluyente, es importante destacar que el análisis econométrico posterior indica que los esfuerzos internos dirigidos a mejorar el desempeño exportador son un prerequisite para ser un exportador permanente. Esto no podría ser visto como un “nuevo hallazgo” ya que esto se encuentra en línea con la hipótesis de autoselección, la cual establece que solo las “buenas” empresas (las altamente productivas) cumplen con los requerimientos necesarios para exportar y permanecer haciéndolo. Esta misma razón puede ser utilizada para explicar porque los instrumentos de fomento exportador o financiero no tienen impacto alguno sobre la probabilidad de ser un exportador permanente, ya que este tipo de instrumentos no van dirigidos a mejorar las condiciones iniciales de las empresas,

Mejoras en las competencias internas de las PYMES dirigidas a asimilar conocimientos y tecnologías, que le permitan mejorar las escalas de producción y competir en los mercados internacionales, resultan cruciales para que los instrumentos existentes que promueven el desarrollo productivo y exportador; puedan ser utilizados de manera eficiente y permitan elevar la productividad y la competitividad de estos agentes económicos. De igual forma, aumentos de la productividad facilitan que las PYMES se integren

mejor en las cadenas productivas, contribuyendo a la solidez, dinamismo y capacidad de competir en los mercados internacionales.

Entre las estrategias dirigidas a crear y/o a mejorar las condiciones iniciales de las PYMES se pueden tener en cuenta: mejoras del entorno empresarial, desarrollo de mercados financieros para las PYMES, desarrollo de mercados de servicios empresariales, apoyo a la innovación y a la difusión tecnológica, el fortalecimiento de las cadenas productivas y las redes de empresas, y el fomento a la empresarialidad.

Este estudio muestra evidencia clara de que los principales obstáculos que enfrentan las PYMES se relacionan con la información. De hecho, entre los instrumentos que piden desarrollar, son los relacionados con promoción externa, apertura de nuevos mercados, información sobre potenciales clientes externos y capacitación de personal en negocios internacionales.

Asegurar la permanencia de las PYMES como empresas exportadoras requiere de estrategias integrales a todo nivel, desde el desarrollo de productos financieros adecuados a las necesidades de estas empresas hasta la creación de una cultura empresarial entre las mismas.

Referencias Bibliográficas

- Alvarez, R. (2003). "Sources of Export Success in Small and Medium Sized Enterprises" Working Paper. UCLA. February.
- Alvarez, R. y Robertson, R. (2004). "Exports to Foreign Markets and Firm Level Innovation: Evidence from Chile and Mexico". *Journal of International Trade and Economic Development*, V. 13 N.1 March: 57-87
- Barrios, S., H. Görg and E. Strobl (2003). "Explaining Firms' Export Behaviour: R&D, Spillovers and the Destination Market", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, v65, n4: 475-496
- Bernard, A. y Jensen, J. (2001). "Why some Firms Export?" Working Paper 8349, NBER, July.
- Bernard, A. y Jensen, J. (1999). "Exceptional Exporter Performance: Cause, Effect, or Both?" *Journal of International Economics* (47): 1-25.
- Bernard, A. y Jensen, J. (1997). "Exporters, Skill Upgrading, and the Wage Gap" *Journal of International Economics*. 42(1-2) February: 3-31
- Bleaney, M. y K. Wakelin. (2002). "Efficiency, Innovation and Exports", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, v64, n3: 3-15
- Gereffi, G. (1999). "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain." *Journal of International Economics* (48): 37-70
- Iscan, T. (1997). "Trade Liberalization and Productivity: A Panel Study of the Mexican Manufacturing." Department of Economics, Dalhousie University. Working Paper: 97-05
- Lefebvre, E. Lefebvre L., and Bourgault M., (1998). "R&D Related Capabilities as Determinants of Export Performance." *Small Business Economics*, v10, n5, pp.365-377
- Matsuno, K., Mentzer, J. T., Rentz, J. O. (2003). "A Conceptual and Empirical Comparison of Three Market Orientation Scales", *Journal of Business Research*.
- Milesi, D., Yoguel, G. y Koenig, V. (2001). "Desarrollo de Competencias Endógenas y Exito Exportador en las PYMEs Argentinas." Documento LITTEC.
- Roberts, M. y Tybout, J. (1997). "The Decision to Export in Colombia: An Empirical Model of Entry with Sunk Costs". *American Economic Review*. 87(4): 545-546.
- Roper, S. y Love, J. (2001). "The Determinants of Export Performance: Panel Data Evidence for Irish Manufacturing Plants." Working Papers N. 69. December 2001. NIERC
- Spence, M. (2003). "Evaluating Export Promotion Programmes: U.K. Overseas Trade Missions and Export Performance." *Small Business Economics*. 20: 83-103.
- Wagner, J. (2001). "A Note on the Firm Size-Export Relationship." *Small Business Economics*. December, 17(4): 229-237.
- Wakelin, K. (1998). "Innovation and Export Behaviour at the Firm Level". *Research Policy*, 26 (7-8), April: 829-841

ANEXOS

Tabla I. Innovación Tecnológica

Tipo de Innovación	Diferencia por Status+	Diferencia por Grupo++	Diferencia por Mercado+++
Innovación de Producto			
Mejoras tecnológicas	.797	.378	-.336
Nuevos productos	-.865	1.470**	.255
Cambios en diseño	-.691	1.358*	.003
Cambios en empaque	-1.068	1.711**	.370
Innovación de Procesos			
Compra de maquinaria especializada	1.833**	-.427	-.382
Introducción de control de calidad	.515	.024	.153
Outsourcing	-.026	-.779	.081
Introducción de tecnologías de información	.455	-.018	.643
Innovación en Gestión			
Introducción de planeación estratégica	.530	-.148	-.085
Introducción de reingeniería	.666	.229	.319
Introducción de calidad total	.525	.135	.184
Introducción de especialización y definición de funciones	.443	-.287	.285

*Significativo al 5 %.

**Significativo al 10 %.

+, ++ y +++ corresponden a ξ , γ y \hat{h} en la ecuación (6) respectivamente.

Tabla 2. Gestión Internacional del Negocio

Acción	Diferencia por Status+	Diferencia por Grupo++	Diferencia por Mercado+++
Alianzas estratégicas con empresas nacionales	.567	-.306	-.142
Alianzas estratégicas con empresas extranjeras	.095	.673	.407
Contratación de personal calificado en negocios internacionales	.565	.189	-.271
Entrenamiento de trabajadores en operación de exportaciones	.014	.621	.500
Promoción de bienes en el exterior	.400	1.048	.112
Mejoras en sistemas de información para mercados externos	.063	.552	.624
Mejoras en habilidades de negociación con clientes externos	.691	.419	.277
Mejoras en redes de distribución externa	1.595*	-.230	-.535
Obteniendo información y nuevas tecnologías de clientes externos	.770	-.067	-.573
Obteniendo préstamos para financiar capital de trabajo	-.638	.943	.033
Obteniendo préstamos para financiar inversión	.326	-.361	-.622
Obteniendo préstamos para exportaciones	-.555	.433	-.096

*Significativo al 5 %.

**Significativo al 10 %.

+, ++ y +++ corresponden a ξ , γ y η en la ecuación (6) respectivamente.

Tabla 3. Obstáculos Internos a la Empresa

Obstáculos	Diferencia por Status+	Diferencia por Grupo++	Diferencia por Mercado+++
Escasez de fondos para financiar capital de trabajo	-1.569**	.329	.401
Escasez de fondos para financiar capital físico	-1.255	-.190	-.262
Trabajadores del área de producción bajamente calificados	.162	-.087	-1.184
Trabajadores del área administrativa bajamente calificados	-.388	-.347	-.899
Escasez de información sobre mercados externos	.949	-1.79**	-1.809**
Escasez de información sobre demanda externa	-1.838**	-3.039**	-1.985**
Baja escala de producción	-1.690**	.074	-.798
Escasez de fondos para promocionar bienes en el exterior	-2.325**	.237	.0251

*Significativo al 5 %.

**Significativo al 10 %.

+, ++ y +++ corresponden a ξ , γ y η en la ecuación (6) respectivamente.

Tabla 4. Obstáculos Internos al País

Obstáculos	Diferencia por Status+	Diferencia por Grupo++	Diferencia por Mercado+++
Baja tasa de cambio real	-.294	.484	.206
Inestabilidad de la tasa de cambio real	-.266	.449	.041
Poca disponibilidad de instrumentos de promoción de exportaciones	.003	-.888	-.894
Escasa información con respecto a instrumentos de promoción de exportaciones	-.852	-.351	-.137
Escasa información con respecto a instrumentos que impulsan la productividad	-1.168	-.524	-.651
Escasa información con respecto a nuevas tecnologías	-1.019	-.129	-.663
Dificultades con proveedores locales de insumos	-1.057	.270	-.151
Bajo acceso al crédito	-1.983**	1.141	-.489
Baja asociatividad con otros productores locales	-1.358*	.116	.179

*Significativo al 5 %.

**Significativo al 10 %.

+, ++ y +++ corresponden a ξ , γ y η en la ecuación (6) respectivamente.

Tabla 5. Obstáculos Externos

Obstáculos	Diferencia por Status+	Diferencia por Grupo++	Diferencia por Mercado+++
Altos Aranceles	-1.077	.026	.369
Cuotas de exportación	-1.302	-.316	.712
Licencias de importación	-1.137	-.598	.130
Barreras Fitosanitarias	-.953	-.276	.205
Barreras ambientales	-1.629	.376	-.179
Salvaguardas	-1.280	.048	1.139
Competencia Desleal	-1.371*	.761	1.043
Subsidios	-.409	-.437	.354
Competidores con acceso preferencial	-0.407	0.194	0.281
Altos costos externos de transporte	-1.214	.733	.446
Cambios en legislación en mercados externos	-1.322	.622	.252
Dificultades con clientes externos	-1.899**	1.284	.395
Competencia con productos de alta calidad	-1.482*	-.269	-.028
Bajos precios en mercados externos	-.540	.131	-.440

*Significativo al 5 %.

**Significativo al 10 %.

+, ++ y +++ corresponden a ξ , γ y η en la ecuación (6) respectivamente.

Tabla 6. Resultados Estimados: Modelo Probit

Obstáculos	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Inn-Prod	0.019	0.026	0.067	0.075						
Inn-Proc	0.039	0.049			0.125	0.162*				
Inn-Org	0.023	0.043					0.077	0.1		
Esfuerzos	0.093	0.11							0.138**	0.167**
	-	-			-		-	-		
Inst- Prod	-0.043	-0.134	0.028	-0.01	-0.082	-0.173	-0.009	-0.075	-0.001	-0.069
		-								
Inst- Exp	-0.02	-0.022	0.042	0.04	0.003	-0.03	0.039	0.039	-0.017	-0.019
		-								
Inst- Fin	0.023	-0.014	0.014	0.008	0.029	0.004	0.039	0.033	0.035	0.013
	-	-		-	-					
Sector	-0.029	-0.108	-0.028	-0.077	-0.002	-0.068	0.01	-0.05	-0.001	-0.069
					-		-			
EXPOPYME	0.003		-0.027		-0.001		-0.026		0.027	
		-		-				-		
Intl-Merc		-0.093		-0.046		-0.079		-0.063		-0.075
Ferías y MC		0.056		0.056		0.079		0.075		0.079
		-		-				-		
Cont- Ciales		-0.029		-0.029		-0.026		-0.036		-0.023

*Significativo al 5 %.

**Significativo al 10 %.

Los coeficientes reportados corresponden al cambio en la probabilidad para un cambio infinitesimal para cada una de las variables independientes continuas y, por defecto, el cambio discreto en las variables dummies.

Tabla 7. Instrumentos de Desarrollo Exportador, según los empresarios encuestados

Instrumentos	Porcentaje
Inversión para promoción externa	85.9
Conocimiento y apertura de nuevos mercados	84.4
Información sobre Potenciales Clientes Externos.	84.4
Capacitación de personal en negocios Internacionales.	79.7
Información de canales de Distribución en los mercados externos.	76.6
Coordinación de Inversión y Producción entre empresas para satisfacer demanda externa	75.0
Desarrollo de nuevos productos exportables	70.3
Introducción de nuevos productos exportables	70.3
Utilización secuencial entre Instrumentos de Fomento productivo y exportador	70.3
Desarrollo de nuevas tecnologías de producción de bienes exportables	68.8
Información de restricciones comerciales en los mercados externos.	68.8
Coordinación de Inversiones en promoción de productos	62.5

Tabla 8. Instrumentos de Desarrollo Exportador

Instrumentos	Promedio
Información sobre Potenciales Clientes Externos.	3.3
Conocimiento y apertura de nuevos mercados	3.3
Inversión para promoción externa	3.2
Capacitación de personal en negocios Internacionales.	3.1
Información de canales de Distribución en los mercados externos.	3.0
Desarrollo de nuevos productos exportables	2.9
Introducción de nuevos productos exportables	2.9
Coordinación de Inversión y Producción entre empresas para satisfacer Demanda Externa	2.9
Utilización secuencial entre Instrumentos de Fomento productivo y exportador	2.9
Información de restricciones comerciales en los mercados externos.	2.8
Desarrollo de nuevas tecnologías de producción de bienes	2.8
Coordinación de Inversiones en promoción de productos	2.7

Tabla 9. Utilización de Instrumentos de EXPOPYME por tipo de PYMES (en %)

Instrumento	Esporádicas	Permanentes	Total
Asesoría Financiera y de Promoción	50.0	50.0	34.4
Inteligencia de Mercados	41.9	58.1	67.2
Ferías y Misiones Comerciales	38.5	61.5	60.9
Apoyo en la Comercialización	40.0	60.0	39.1
Certificado de Calidad	31.6	68.4	29.7
Comunidad Virtual de negocios	55.6	44.4	14.1
Contactos Comerciales	41.5	58.5	64.1
Servicios Logísticos de Comercio Internacional	41.7	58.3	37.5
Asesoría de Empaque y Embalaje	33.3	66.7	28.1